

Trening 'Kako pridobiti i zadržati kupca?'

Kako obezbediti budućnost kompanije upravljanjem očekivanjima kupaca?

Ciljevi treninga

- Da razumemo koja vrsta informacija sa tržišta nam je neophodna i kako da ih prikupimo.
- Da raspoznamo kriterijume za kreiranje poruke našim kupcima.
- Da pronađemo adekvatne kanale za komunikaciju sa kupcima (a da to ne budu samo skupi i prenatrpani medijski kanali).
- Da najbrže dobijemo najbolja rešenja u saradnji sa bilo kojim spoljnim saradnicima, (dizajnerima, fotografima, agencijama za reklame, ...).
- Da naučimo kako da merimo konkretne rezultate aktivnosti a ne da nagađamo na osnovu glomaznih i nepouzdanih ispitivanja stavova kupaca.

Kome je namenjen?

- Menadžmentu kompanije bilo koje veličine – da bi mogli da donose pouzdanije strateške odluke.
- Direktorima marketinga i njihovim saradnicima - da bi definisali kvalitetne kriterijume za upravljanje funkcijom marketinga.
- Zaposlenima u neposrednom kontaktu sa kupcima - da bi mogli da poboljšaju delove poslovanja koji dovode do odluke o kupovini.

Sadržaj treninga - teme

- „Za početak posla je neophodan novac. Srećom, on nije dovoljan!“ – *Anonimni autor*
- Ne možete da prisilite kupca da sazna za vas!
- Kako da pronađemo po čemu ćemo biti drugačiji?
- Kako da predstavimo ponudu naše kompanije?
- „Kupac nije budala. Kupac, to je vaša žena!“ – *Dejvid Ogilvi*
- Komunikacija umesto promocije
- Kako definisati marketing budžet?
- Kako zadržati kupca?
- Kako da vaši kupci budu vaš sektor za marketing?

Način rada

- Intenzivna interakcija između predavača i učesnika na konkretnim primerima i problemima iz poslovanja kompanije učesnika.
- Analiza studija slučajeva uspešnih poslovnih iskustava kompanija koje posluju na sličnim tržištima.
- Izrada koncepta marketing plana kompanije učesnika.

Predavač:

Daniel Tavčioski,

Trajanje treninga je 2 radna dana (14 sati)

Plan treninga “Kako pridobiti i zadržati kupca?”

Kako obezbediti budućnost kompanije upravljanjem očekivanjima kupaca?

Trener: Daniel Tavčioski

1 dan

Vreme	Naziv dela treninga	Cilj	Aktivnost
09.00-09.15	Kafa dobrodošlice, okupljanje	Ice breaker.	
09.15-09.30	Pozdravna reč, podela materijala, upoznavanje	Ciljevi treninga, predstavljanje učesnika.	
09.30-11.00	Šta je zapravo marketing?		
09.30-10.15	Šta sve utiče na odluku kupca da kupi od nas?	Identifikovanje funkcije marketinga u kompaniji	Teorijski deo
10.15-10.30	Prikaz video materijala sa studijama slučajeva.	Poređenje naših sa iskustvima drugih kompanija.	Interaktivna diskusija
10.30-11.00	Praktična vežba – „Ko su naši kupci“	Razumeti fenomen tržišta i identifikovati tržišta naše kompanije	Radionica-vežba
11.00-11.30	Pauza za kafu		
11.30-13.00	Šta je marketing strategija?		
11.30-12.30	„U srcu svih poslovnih strategija je marketing strategija!“ – Harvard Business School	Identifikovati vezu između marketing strategije i poslovnih strategija	Teorijski deo
12.30-13.30	Analiza veze između marketing strategije i proklamovane misije	Kako objediniti znanje i energiju zaposlenih u jedinstven cilj definisan misijom	Studija slučaja
13.00-14.00	Pauza za ručak		
14.00-15.30	Kako pronaći različitost?		
14.00-14.45	Koja vrsta različitosti u našoj ponudi je relevantna za kupca?	Analiza različitih aspekata poslovanja i odabir kvalitetnih kriterijuma za različitost	Teorijski deo
14.45-15.30	Praktična vežba – Analiza faktora konkurentske prednosti	Razumevanje ponude kompanije iz perspektive kupca	Radionica-vežba
15.30-16.00	Pauza za kafu		
16.00-17.00	Šta mi nudimo tržištu?		
16.00-16.30	Definisanje naše ponude i pravaca za njen razvoj	Razumevanje fenomena brendiranja i priprema brending koncepta	Teorijski deo sa primerom iz poslovanja kompanije
16.30-17.00	Pitanja i odgovori	Interakcija polaznika.	

2 dan

Vreme	Naziv dela treninga	Cilj	Aktivnost
09.00-09.15	Kafa dobrodošlice, okupljanje	Ice breaker.	
09.15-09.30	Ukratko, rekapitulacija prethodnog dana.	Podsetiti učesnike na pređeno gradivo.	
09.30-11.00	Komunikacija sa kupcima		
09.30-10.30	Kako uspostaviti uspešnu komunikaciju sa tržištem	Razumevanje potencijala komunikacije i odabir kanala za komunikaciju	Teorijski deo
10.30-11.00	Praktična vežba – „Kako da kupci saznaju za nas?“	Identifikovanje PR potencijala kompanije	Radionica-vežba
11.00-11.30	Pauza za kafu		
11.30-13.00	Saradnja sa spoljnim saradnicima		
11.30-12.30	Kako kreirati identitet kompanije?	Kako doći do najbržih, najboljih i najjeftinijih rešenja u saradnji sa spoljnim saradnicima?	Teorijski deo
12.30-13.00	Studije slučaja uspešnih promotivnih kampanja	Generisanje ideja za uspešnu promociju naše ponude.	Studija slučaja
13.00-14.00	Pauza za ručak		
14.00-15.30	Kako zadržati kupca?		
14.00-15.00	Zadatak marketinga je da uspostavi i neguje relaciju sa svakim kupcem	Kreiranje programa za negovanje odnosa sa kupcima	Studije slučaja
15.00-15.30	Praktična vežba – „Trenuci istine“	Razumevanje svih detalja koji vode do odluke o kupovini	Radionica-vežba
15.30-16.00	Pauza za kafu		
16.00-17.00	„Prigovor je poklon!“		
16.00-16.30	„Kako da vaši kupci budu vaš sektor za marketing?“ Podela sertifikata	Identifikovanje kriterijuma za kreiranje organizacione kulture	Radionica-vežba
16.30-17.00	Pitanja i odgovori	Interakcija polaznika.	